

9. Иванова, В. В. Научно-популярный журнал как вид издания: особенности типологии / В. В. Иванова, С. А. Каминская // Традиции и инновации в массовой коммуникации : сб. науч. тр. / Кубан. гос. ун-т ; редкол. : Г. А. Абрамова (отв. ред.) [и др.]. — Краснодар, 2020. — С. 63–66.

10. Хваленя, С. В. Система научно-популярных журналов Республики Беларусь на современном этапе / С. В. Хваленя // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. — 2023. — № 1 (267). — С. 159–167.

УДК 81'42:004.9

**М. С. Цюцянкоў**

выкладчык кафедры тэлебачання  
і радыёвяшчання БДУ, г. Мінск,

## **КАМУНІКАТЫЎНЫЯ СТРАТЭГІІ І ТАКТЫКІ Ў ІНФАРМАЦЫЙНЫХ ЖАНРАХ ВІДЭАБЛОГАСФЕРЫ**

Асаблівасці тыпаў камунікацыйных мадэлей блогаў напрамую залежаць ад спосабаў іх размяшчэння. У відэаблогасферы рэалізуецца адна з голоўных мадэлей міжасобаснай камунікацыі, пры якой прадстаўляецца магчымасць стварыць камунікацыйную мадэль пасродкам узаемадзеяння праз зваротную сувязь і паўздзейнічаць на суб'екта. Разглядаюцца дыскурсіўныя стратэгіі і тактыкі, якія выкарыстоўваюць блогеры пры пабудове камунікацыйнага кода. Вызначаецца іх тэма-рэматычныя ланцужкі і асаблівая камбінацыі маўленчых хадоў.

Ключавыя словы: стратэгія і тактыка; відэахостынг; інфармацыйны жанр; міжасобасная камунікацыя; камунікацыйная мадэль.

Інфармацыйны жанр у відэаблогасферы — даволі распаўсюджаная з'ява. Айчынны сегмент YouTube развіваецца па канонах журналісцкай дзейнасці. Блогерскія каналы інфармацыйным накірунку на хостынг у з'яўляюцца больш запатрабаванымі сярод карыстальнікаў. Паводле даных, беларускія рэцыпіенты актыўна глядзяць відэаконтэнт інфармацыйнага агенцтва БелТА, матэрыялы Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё, Onliner, АТН: навіны Беларусі і свету, закрывае дзясятку — YouTube-канал тэлеканала АНТ. Нягледзячы на тое што гэта журналісцкія інтэрнэт-парталы, для аналізу мы будзе браць выключна матэрыялы аўтарскай журналістыкі, якія былі зроблены спецыяльна для відэахостыngu і не былі выпушчаны ў эфір тэлеканалаў. Медыяаналітык У. А. Сцяпанаў у сваіх працах адзначае асаблівасць развіцця грамадска-палітычных каналаў, перадач,

адзначаючы той факт, што да нядаўняга часу яны былі «не столь популярны, как развлекательные, но в 2017 году в белорусской медиасреде наблюдался рост интереса к видеоблогерам-«правдоискателям», поднимающим социальную проблематику и не скрывающим своей тенденциозности» [2, с. 26].

Найбольшае грамадскае гучанне атрымлівае інфармацыйны жанр, да падвідаў якога адносім інтэрв'ю, гайд, апытанкі, агляды навін, сярод іх і палітычны відэаблог. Як правіла, у гэтым накірунку ў кадры выступае толькі адзін чалавек — вядучы — і могуць прысутнічаць некалькі экспертаў ці наадварот: у кадры для абмеркавання сур'ёзных праблем выступае ўжо не шоўмен, а ўдумлівы мадэратар. Ён можа выступаць у некалькіх амплуа: у якасці інфарматара, суразмоўцы ці настаўніка. Такім прыкладам можа паслужыць YouTube-канал «Галоўны. Тур» палітычнага аглядальніка Ігара Тура ці блогі «Ксенія Лебедзева Live» і «Петрашка.ONLINE». Да асобных каналаў можна аднесці рубрыкі, створаныя журналістамі інфармацыйных парталаў, на якіх яны выступаюць у якасці блогераў-аналітыкаў. Яскравымі прыкладамі могуць паслужыць каналы СМІ: ВД «Беларусь сёння» — СБ ТВ, ІА БелТА, партала Млын.бай, агенцтва Мінск-навіны — MINSKNEWS.

У інфармацыйных праграмах выкарыстоўваюцца такія прыёмы пабудовы камунікацыі, як метатэкст — асаблівы характар тэма-рэматычных ланцужкоў і тэматычных палёў, трывальна-часавыя формы дзеясловаў, розныя стылістычныя прыёмы і спосабы выражэння аўтарскага пачатку ў медыятэксце, а таксама асаблівыя камбінацыі маўленчых хадоў. Мы спынімся на пералічаных тактычных сродках, бо яны з'яўляюцца аднымі з самых важных складнікаў пры рэалізацыі дыскурсіўных стратэгий відэаблогераў інфармацыйнага накірунку і маюць своеасаблівы ўплыў у разгледжаным жанры на тэлебачанні.

У адпаведнасці з мэтамі камунікацыі абодва блогеры ў сваіх праграмах прыбягаюць да розных камунікатыўных стратэгий і рэалізуюць іх з дапамогай разнастайных маўленчых тактык. Прафесар В. І. Іўчанкаў звяртае ўвагу на камунікатыўную функцыю мовы. Ён сцвярджае, што «першакрыніца інфармацыйнай і паняццёвай дзейнасці чалавека стала аптымальным перадачыкам сацыяльнага багажу пазнання навакольнага асяроддзя» [1, с. 43]. Вывучэнне маўленчых асаблівасцей блогераў цікавіць вучоных у рэчышчы таго, што «віртуальная» форма моцна ўплывае на мову традыцыйную, а не наадварот. Тое, як скажуць ці на-

пішуць блогеры ў сацыяльных сетках, будзе актыўна пранікаць у масы і можа стаць звычайнай з'явай.

Першая стратэгія найбольш характэрна для палітычных відэаролікаў — **стратэгія неўхвалення**. Пад ёй прадугледжваецца агрэсіўныя дзеянні з боку блогера, што выяўляюцца ў стварэнні прамых ці ўскосных перашкод. Гэтая стратэгія вядучага-блогера рэалізуецца з дапамогай тактык насмешкі, крытычнай ацэнкі (героя блога ці падзеі).

**Тактыка насмешкі.** Для вядучых-блогераў характэрна іронія ў роліках. Тактыка высмейвання першапачаткова пабудавана на супярэчанні інтарэсаў блогера і героя блога. У палітычным жанры блогеры выкарыстоўваюць метафары і алюзіі, каб больш прынізіць імідж апанента. **Марыя Пятрашка:** «...куда же делся протест, который так напыщено раздували прошлым летом. Я говорю, эта позиция осталась у кучки радикалов, ждущие дня-Х, когда им командуют из Варшавы, например, фас» [30.09.2021 г., <https://youtu.be/AvP5dhEUGM>]; **Ігар Тур:** «...мне вот понравилось, как-то Андрей Савиных сказал касательно британцев и остального запада, не оппоненты, не враги, — «противная страна». Мне кажется, «противная страна» — это очень красиво» [[https://youtu.be/X\\_RAXFwHsk](https://youtu.be/X_RAXFwHsk)].

У тактыцы крытычнай ацэнкі блогер выказвае асабістае меркаванне і дэманструе прадуманы адносіны да падзей, што з'яўляецца паказчыкам інталерантных камунікатыўных паводзін. Асновай для тактыкі з'яўляецца наўмысная дэманстрацыя асабістай пазіцыі з мэтай павышэння статуса сваіх перакананняў. Блогеры на відэахостынгу выказваюць меркаванне, якое, часцей за ўсё, не заўсёды падмацоўваецца экспертным меркаваннем ці апытанкай насельніцтва.

Відэаблогер А. Голікаў часцей за ўсё ў роліках на канале «Аляксей Голікаў. Як ёсць» выкарыстоўвае лексіку эмацыйнай афарбоўкі і пафасу, у ёй рэдка знаходзіцца экспертнае меркаванне. Таму амаль ўвесь кантэнт блогера пабудаваны на тактыцы крытычнай ацэнкі. **Аляксей Голікаў:** «... определенное время руководители каналов рассказывали о том, что доля телесмотрения белорусов, особенно политических программ, увеличилась: люди смотрят, вникают, им это интересно, — но я с недоверием отношусь ко всем словам». Аднак ужо на наступным кадры блогер дэманструе, што дзве грамадска-палітычныя праграмы ўваходзяць у топ-5 найбольш папулярных праграм сярод беларускага насельніцтва. Гэта «Нашы навіны» на АНТ і «Галоўны эфір» на

Беларусь-1. Такі прыклад сведчыць толькі аб эмацыйным стане блогера да пэўных падзей [<https://youtu.be/HlT9877tpq0>].

Такім чынам, паданалізная стратэгія адыгрывае адну з галоўных роляў у інфармацыйных выпусках розных YouTube-праграм. Метафары, што выкарыстоўваюць і блогеры, і гасці праграм, з'яўляюцца яркім прыкладам эфектыўнага наладжвання камунікацыйнага настрою праз тактыкі насмешкі, крытычнай ацэнкі.

Адным з тыпаў канфрантацыйнай стратэгіі аўтара канала з'яўляецца **стратэгія адкрытага негатыўнага рэагавання**. Асаблівае яе назіраецца ў тым, што аўтарам блога наўмысна ў пачатку роліка даецца крытычная ацэнка дзеянням пэўнага чалавека, апанента, эскалацыі напружанасці, каб адразу пасля перайначыць тон размовы ў відэа на больш спакойны. Прадстаўляецца стратэгія трыма тактыкамі: пярэчання, прамога абвінавачвання і адмаўлення.

Пад **тактыкай пярэчання** заўважаецца больш напружаны дыялог паміж аўтарам і гасцем канала, назіраецца нязгода адрасата з думкай, выказанай суразмоўцам. **Юрый Увараў**: «...это не первая выходка Израиля. Вот сейчас они обстреляли иранский завод на территории Сирии. Совершили агрессию против двух стран — Сирии и Ирана. И смею предположить, опять все будет, как и всегда, как с гуся вода с этого Израиля. И где же реакция преславитого мирового сообщества?..» [<https://youtu.be/oJWUY2FSSsI>].

**Тактыка прамога абвінавачвання** дазваляе аўтару канала ці гасцю ў жорсткай форме асудзіць апанента, супрацьпаставіць сваё меркаванне. Тактыка можа лічыцца паспяховай, калі ў студыі знаходзіцца і адрасат, і адрасант ці калі ў аўдыторыі ёсць зваротная сувязь, што выкліча грамадскі рэзананс. **Паліна Канюга**: «Тема получила продолжение. Мальчик из Латвии, который брал интервью у Президента, выяснилось, что он остался в Беларуси, поскольку началась травля...»; **Вадзім Гігін**: «Травля детей просто за то, что они в таком даже юном возрасте исполняли свой долг профессиональный; работе, к которой они стремятся, это говорит к фашизированию сознания» [28.07.2022 г., <https://youtu.be/ssmkHwbeedc>].

Выкарыстанне **тактыкі адмаўлення** справакавана выкрэсліваннем інфармацыі, якую хоча пачуць апанент. Тактыка характарызуецца суб'ектыўнасцю думак аўтара, ажыццяўляецца дзякуючы ацэначна-стылістычным сродкам.

**Стратэгія стварэння спрыяльнага клімату** накіравана на дасягненне пазітыўных камунікацыйных вынікаў ў відэа. Такі псіхалагічны прыём прымяняецца часцей за ўсё напрыканцы

выпуска, каб падвесці вынікі размовы, але для большага эфекту блогеры карыстаюцца стратэгіяй і ў сярэдзіне відэа. Робіцца гэта наўмысна і накіравана яна на разняволенне суб'екта гутаркі праз тактыку жартаў ці выказвання згоды.

Выкарыстанне **тактыкі жарту** дыктуецца задачай змякчыць агульную крытычную накіраванасць выказванняў падчас размовы, што дазваляе ў суб'ект-суб'ектных зносінах адзначыць слабы бок апанента. Робіцца гэта ў даволі бяскрыўднай, алегарычнай форме. Стратэгія характарызуецца сваёй палітэматычнасцю: у ёй прадугледжваюцца рысы тактыкі як кампліменту, так і насмешкі. **Юрый Гроераў**: «Вы наўверняка слідилі за рашэннямі Зеленскага о перастановах в сіловом блоке... что это такое, что происходит, на ваш взгляд...»; **Якаў Кедмі**: «... обычно дворцовые перестановки приходят, когда на фронте есть неудачи ... от перестановки сил вряд ли что-то изменится. Они могут с таким же успехом сделать гениальную вещь, которая на все повлияет: поменять всю мебель, поменять обои в кабинетах, вот другого цвета, и мебель будет другого цвета. И что?» [27.07.2022 г., <https://youtu.be/6uXXX143YvY>].

У **тактыцы выказвання згоды** заўсёды задзейнічаны сродкі прамой размовы. Яна выкарыстоўваецца дзеля салідарызацыі з апанентам ці госцем праграмы. **Вадзім Шэпет**: «Лукашенко заявил, что “мы готовы строить под ключ в сельском хозяйстве в социальной сфере, если это нужно будет”... Помните, сколько раз ругали и Главу государства, и пытались убедить, что все это никому не нужно. Мы знаем, как строить. Есть материалы — все это белорусское»; **Аляксей Аўдодзін**: «Да, это очень перспективное направление. Сектор экономики ведет архитектурную разработку объектов недвижимости...» [29.07.2022 г., [https://youtu.be/CB\\_RDRFe\\_3o](https://youtu.be/CB_RDRFe_3o)].

**Стратэгіі кааперацыі** выкарыстоўваюцца для дасягнення ўхвалення з боку госця блога. **Стратэгія павышэння статусу апанента** даволі важная для рэалізацыі камунікатыўнага ўзаемадзеяння. Рэалізуецца за кошт тактыкі кампліменту і пахвалы.

**Тактыка кампліменту** можа рэалізоўвацца ў адносінах да думак апанента, яго ладу жыцця, меркаванняў. **Юрый Гроераў**: «...я хотел бы назвать все, что ты рассказываешь, историей успеха, но не хочу, я же понимаю, что история то продолжается»; **Вольга Шпілеўская**: «Да Бог, чтобы эта история была успеха»; **Юрый Гроераў**: «Нет, это однозначно история успеха, ведь сейчас ты руководитель достаточно известный ... от себя скажу, что шикарный кинопоказ у вас» [30.07.2022 г., <https://youtu.be/Xy-ZZP6mYQ4>].

Примыненне **тактыкі пахвалы** характарызуецца выкарыстоўваннем мадальных слоў, парафраз. **Вадзім Шэпет:** «Более 4 тыс. украинцев получили белорусские паспорта, вот такое равнодушие и человечность — это и есть основа Беларуси?»; **Вадзім Баравік:** «Это нормальная позиция. Во-первых, Президент держит слово. Он сказал — он всегда делает; во-вторых, мы говорим, что если уж мы выдали паспорт, то это уже наши украинцы, наши поляки, наши литовцы. Мы принимаем как своих» [26.07.2022 г., <https://youtu.be/Z7Vp7E7jMu0>].

Апошнія дзве з прааналізаваных стратэгий з’яўляюцца больш політэматычнымі, некаторыя рысы — і адмоўныя, і станоўчыя — датычацца ў розных ступенях да кожнай з іх. Такія стратэгіі кааперацыі дазваляюць блогерам знайсці праз псіхалагічныя камунікатыўныя накірункі больш прыдатны камунікатыўны баланс у размове.

У прааналізаваных блогераў-камунікатараў у паводзінах заўважаюцца наступныя стратэгіі: неўхвалення (35 %), адкрытага негатыўнага рэагавання (25 %), стварэння спрыяльнага клімату (20 %), павышэння статусу апанента (20 %). Найбольш распаўсюджанай стратэгіяй з’яўляецца стратэгія неўхвалення, якая пераважае рэалізуецца на каналах палітычнай накіраванасці.

Разгледжаныя камунікатыўныя стратэгіі і тактыкі ў маўленні аўтараў каналаў паказваюць, што на беларускім сегменце YouTube сустракаецца політэматычнасць пры выбары пэўнага камунікатыўнага намеру. Элементы кааператыўных і канфрантацыйных стратэгий паказваюць рознабаковасць маўленчых паводзін. Інфармацыйныя YouTube-каналы ў айчынным сегменце відэахостынгу часцей за ўсё падпарадкоўваюцца СМІ, што пацвярджае нашу думку наконт станаўлення і развіцця беларускай відэаблогасферы ў адметным накірунку — больш некласічным характары, які падобны на журналісцкі кантэнт.

#### Спіс выкарыстаных крыніц

1. Іўчанкаў, В. І. Медыярыторыка : рытарычныя асновы журналістыкі, гінгвістыка публіцыстычнага тэксту, дыскурсны аналіз сродкаў масавай інфармацыі : курс лекцый / В. І. Іўчанкаў. — Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2009. — 280 с.
2. Степанов, В. А. Социальные медиа : учеб.-метод. пособие / В. А. Степанов. — Минск : БГУ, 2020. — 115 с.